

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И. В. Панасенко
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления
Управление прибылью на примере предприятия
ООО «Абаканский завод торгового оборудования» (АЗТО)

Руководитель	_____	<u>к.э.н., доцент</u>	<u>А.С.Боргояков</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____		<u>Д.В.Кудашкина</u>
	подпись, дата		инициалы, фамилия

Абакан 2016

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:
Управление прибылью на примере предприятия ООО «Абаканский завод
торгового оборудования» (АЗТО)

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

подпись, дата

инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

подпись, дата

инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

подпись, дата

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы Управление прибылью на примере предприятия ООО «Абаканский завод торгового оборудования» (АЗТО)

ВКР выполнена на 60 страницах, с использованием 1 иллюстрации, 23 таблиц, 2 приложений, 31 использованных источников, 10 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: Прибыль, выручка, пути повышения прибыли, себестоимость, отдел продаж, бизнес-план, торговое оборудование, кредит.

Автор работы (группа 72-2)
подпись инициалы, фамилия

_____ Д.В.Кудашкина

Руководитель работы
подпись инициалы, фамилия

_____ А.С.Боргояков

Год защиты квалификационной работы - 2016

Целью выпускной квалификационной работы является исследование процесса управления прибылью и на основании этого разработка мероприятия, направленного на увеличение прибыли.

Задачей выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по совершенствованию процесса управления прибылью на ООО «АЗТО».

Актуальность данной темы заключается в том, что в условиях рыночной экономики получение прибыли является непосредственной целью и главной движущей силой предпринимательской деятельности, основным побудительным мотивом для осуществления любого вида бизнеса. Прибыль составляет основу устойчивого развития предприятия и создает определенные гарантии для дальнейшего существования и развития фирмы.

SUMMARY

The final qualifying paper is "Management profit by the example of the enterprise of "Abakan factory of the trading equipment" (AZTO)"

The paper includes 60 pages, 1 illustrations, 23 tables, 2 applications, 31 references, 10 sheets of illustrative material (slides).

Keywords: profit, revenue, ways to increase profits, costs, sales, business plan, business equipment, loan.

The author (Group 72-2)

D.V.Kudashkina

Signature

initials, surname

The supervisor

A.S.Borgoyakov

Signature

initials, surname

Norm control in English

Signature

initials, surname

E.A.Nikitina

The year of the paper; 2016

The aim of the thesis is to study the profit management of the process and on the basis of the development of activities aimed at increasing profits.

The aim of the thesis is to develop recommendations for improving the profit management process "AZTO" LLC.

The relevance of this topic is that in a market economy is profit immediate goal and the driving force of business, the main motivation for any kind of business. Profit is the basis for sustainable development of the enterprise and provides certain guarantees for the continued existence and development of the company.

образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ И.В. Панасенко

подпись инициалы,

фамилия

« ____ » _____ 2016 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студент Кудашкина Дарья Владимировна

фамилия, имя, отчество

Группа 72-2 Направление 38.03.01 Экономика

номер

код

наименование

Тема выпускной квалификационной работы Управление прибылью на примере предприятия ООО «Абаканский завод торгового оборудования» (АЗТО)

Утверждена приказом по институту № 167 от 01.03.2016

Руководитель ВКР

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР: материалы, справочная, научная, методическая литература, ресурсы Интернет

Перечень разделов ВКР: сущность, функции и виды прибыли, формирование, распределение и анализ прибыли, пути повышения прибыли, характеристика предприятия, анализ капитала предприятия, анализ финансового состояния предприятия, управленческий анализ, вопросы экологии, обоснование мероприятий, экономическая оценка эффективности предложенных мероприятий.

Перечень иллюстративного материала (слайдов) _____

Руководитель ВКР

подпись

А.С.Боргояков

инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

Д.В.Кудашкина

подпись, инициалы и фамилия студента

« ____ » _____ 2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Управление прибылью на предприятии.....	8
1.1 Сущность, функции и виды прибыли.....	8
1.2 Формирование, распределение и анализ прибыли.....	11
1.3 Пути повышения прибыли.....	19
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Абаканский завод торгового оборудования»... ..	24
2.1 Общая характеристика компании.....	24
2.2 Анализ капитала	26
2.3 Анализ финансового состояния предприятия.....	32
2.4 Управленческий анализ.....	37
2.5 Вопросы экологии.....	39
3 Проектная часть. Разработка рекомендаций по увеличению прибыли предприятия.....	45
3.1 Обоснование мероприятий	45

3.2 Экономическая оценка эффективности предложенных мероприятий.....	
49	
Заключение.....	
57	
Список использованных источников.....	
59	
Приложение А-Б.....	
62	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что в условиях рыночной экономики получение прибыли является непосредственной целью и главной движущей силой предпринимательской деятельности, основным побудительным мотивом для осуществления любого вида бизнеса. Прибыль составляет основу устойчивого развития предприятия и создает определенные гарантии для дальнейшего существования и развития фирмы. Являясь главной движущей силой рыночной экономики, прибыль обеспечивает интересы государства, собственников и персонала предприятий. Максимизация прибыли в этой связи является первостепенной задачей менеджеров. Значит необходимо научиться управлять процессом формирования прибыли, грамотно ее распределять и использовать. От умения грамотно и эффективно управлять прибылью предприятия в процессе его деятельности зависит успех всей компании. Все эти аспекты обуславливают важность и актуальность темы дипломной работы.

Объектом выпускной квалификационной работы является ООО «Абаканский завод торгового оборудования».

Предметом исследования является процесс управления формированием, распределением и использованием прибыли данного предприятия.

Цель выпускной квалификационной работы - заключается в разработке предложений по улучшению процесса управления прибылью на ООО «Абаканский завод торгового оборудования».

Целью дипломной работы является исследование процесса управления прибылью и на основании этого разработка мероприятия, направленного на увеличение прибыли.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение процесса управления прибылью на предприятии;
- анализ процесса управления прибылью на ООО «АЗТО»;

-разработка рекомендаций по совершенствованию процесса управления прибылью на ООО «АЗТО».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

Во введении обоснована актуальность темы выпускной квалификационной работы, определены цель и задачи выпускной квалификационной работы.

В первой части будут рассмотрены теоретические основы управления прибылью на предприятии.

Во второй части мы рассмотрим краткую характеристику предприятия и проведем анализ финансовой деятельности на ООО «АЗТО».

В третьей части будут рассмотрены рекомендации по совершенствованию механизма формирования процесса управления прибылью на предприятии.

В заключении изложены основные результаты и выводы выпускной квалификационной работы.

В приложении представлена бухгалтерская отчетность ООО «АЗТО» за 2014-2015 год.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Сущность, функции и виды прибыли

Прибыль – это обобщающий показатель финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия, получаемый как разница между совокупными доходами и совокупными расходами предприятия, который характеризует эффективность производства и качество производимой продукции. Она является основой финансовой устойчивости, выполняет свои функции и играет свою особую роль в деятельности любого предприятия. Прибыль является экономической категорией, необходимость существования которой обусловлена развитием товарного производства и обращения и наличием товарно-денежных отношений. В условиях рыночной экономики прибыль приобрела важную роль в финансовом и хозяйственном механизме управления экономическим и социальным развитием.[25]

Прибыль как важнейшая категория рыночных отношений выполняет следующие основные функции:

1) Стимулирующая функция заключается в том, что прибыль является основным источником собственных денежных средств предприятия. Это значит, что за счет полученной прибыли происходит обеспечение самофинансирования. Из чистой прибыли, которая остается в распоряжении организации после уплаты всех налогов и сборов, происходит финансирование необходимых мероприятий, направленных на расширение производства, увеличение научно-технического и социального развития организации, а также материальное поощрение сотрудников. Грамотный предприниматель должен понимать, что часть полученной прибыли надо направлять на развитие своего бизнеса, только так можно обеспечить развитие производства и, как следствие, рост доходов.

2) Фискальная функция характеризуется тем, что прибыль – это один из основных источников отчислений в государственные и региональные

бюджеты, а также во внебюджетные фонды. В данном случае средства в бюджеты поступают в виде налогов и используется в дальнейшем государством в качестве источника финансирования для выполнения государством своих основных функций.

3) Оценочная функция заключается в том, что она наиболее полно отражает уровень производства и дает оценку эффективности хозяйственной деятельности всего предприятия.[8]

Виды прибыли:

1) Экономическая прибыль – разница между выручкой от реализации и экономическими издержками (внутренними и внешними).

Внутренние издержки — издержки на собственный, самостоятельно используемый ресурс.

Внешние издержки — плата за ресурсы поставщикам, не принадлежащим к числу владельцев данной фирмы.

Если фирма имеет экономическую прибыль, то это уже серьезный признак ее благополучия и перспективности. Ведь это значит, что она работает настолько хорошо, что прибыли хватает и на удовлетворение требований собственника, и на покрытие расходов на дальнейшее развитие в размерах больших, чем у фирм, имеющих только нормальную прибыль. (нормальная прибыль – доход, который реально мог бы быть получен собственником капитала при вложении средств не в собственное дело, а в другие коммерческие и финансовые проекты с тем же уровнем риска). [9]

2) Бухгалтерская прибыль – это разница между выручкой от реализации и бухгалтерскими затратами фирмы. Рассчитывается она, обязательно учитывая все без исключения хозяйственные операции, принимая во внимание статьи баланса (доходы и расходы). Прибыль от предпринимательской деятельности, рассчитанная по бухгалтерским документам без учета документально не зафиксированных издержек самой организации, предпринимателя, в том числе упущенной выгоды. В настоящее время в бухгалтерском учете выделяют несколько видов

прибыли: валовая прибыль, прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) до налогообложения, чистая прибыль (убыток).

Отличие бухгалтерской и экономической прибыли:

От показателя бухгалтерской прибыли экономическая прибыль отличается тем, что при её расчёте учитывается стоимость использования всех долгосрочных и иных процентных обязательств, а не только расходов по уплате процентов по заёмным средствам, как это имеет место при расчёте бухгалтерской прибыли. То есть бухгалтерская прибыль превышает экономическую на величину альтернативных затрат или затрат отвергнутых возможностей. Экономическая прибыль служит критерием эффективности использования ресурсов. Её положительное значение показывает, что предприятие заработало больше, чем требуется для покрытия стоимости используемых ресурсов, следовательно, была создана дополнительная стоимость для инвесторов, учредителей. Отличительной чертой указанных типов является метод расчета, по которому определяются бухгалтерская и экономическая прибыли. Этот метод позволяет не учитывать определенные пункты издержек. В итоге расчет бухгалтерской прибыли осуществляется по задокументированным параграфам полученных средств и издержек. Эти же данные получают контролирующие органы налоговой или любой другой судебно-исполнительной ветви власти. Экономическая прибыль позволяет судить об экономической модели бизнеса в отрыве от имиджа предприятия перед государством. Этот тип прибыли отражает то ведение дел предприятием, которое есть не только на бумаге, но и существует на самом деле. Говоря простым языком, чистая экономическая прибыль отличается от бухгалтерской тем, что в ее расчетах учитываются общая выручка, издержки внешние (плата за услуги физическим или юридическим лицам) и внутренние (все остальные затраты, предусмотренные руководством и работниками производства). При подсчете бухгалтерской выгоды под учет попадают только доходы и внешние издержки. [30]

3) Экономическая теория выделяет также нормальную прибыль. Нормальная прибыль (нулевая экономическая прибыль) появляется в том случае, когда общая выручка равна общим (явным и неявным) издержкам. Данная прибыль есть минимальная плата за удержание предпринимателя от альтернативного использования ресурсов. Величина нормальной прибыли во многом зависит от предпринимательских способностей владельца предприятия, который принимает основные управленческие решения и несет риски за вложение собственных и чужих средств. Эта прибыль также считается элементом неявных издержек. [2]

1.2 Формирование, распределение и анализ прибыли

Для каждого хозяйствующего субъекта формирование прибыли является очень важным процессом. Ведь от рационального использования выручки зависит величина дохода, получаемая владельцем фирмы от осуществления всех видов деятельности. Формирование прибыли начинается с момента продажи товара или выполнения работ, предоставления услуг. Полученные за реализацию основного продукта денежные средства составляют выручку. Когда из выручки вычитывают затраты, которые были произведены при изготовлении товара, остается та самая прибыль. Любой руководитель стремится к максимизации данного показателя. Для этого с помощью различных инструментов осуществляется работа с тремя главными факторами, оказывающими непосредственное влияние на доход компании. К таковым можно отнести величину установленной цены, объем продаж и уровень затрат на изготовление товара. [19]

В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться если не к получению максимальной прибыли, то, по крайней мере, к тому объему прибыли, который позволял бы ему не только прочно удерживать свои позиции на рынке сбыта своих товаров и оказания услуг, но и обеспечивать динамичное развитие его производства в условиях конкуренции. В конечном итоге это предполагает знание источников

формирования прибыли и нахождение методов по лучшему их использованию. [14]

Как свидетельствует мировая практика, имеются три основных источника получения прибыли:

1) Первый источник образуется за счет монопольного положения предприятия по выпуску той или иной продукции или уникальности продукта. Поддержание этого источника на относительно высоком уровне предполагает постоянное обновление продукта. Здесь следует учитывать такие противодействующие силы, как антимонопольная политика государства и растущая конкуренция со стороны других предприятий.

2) второй источник связан непосредственно с производственной и предпринимательской деятельностью. Практически он касается всех предприятий. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умение адаптировать развитие производства под эту постоянно меняющуюся конъюнктуру. Здесь все сводится к проведению соответствующего маркетинга. Величина прибыли в данном случае зависит, во-первых, от правильности выбора производственной направленности предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным и высоким спросом); во-вторых, от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание покупателей; послепродажное обслуживание); в-третьих, от объемов производства (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли); в-четвертых, от структуры снижения издержек производства. [17]

3) третий источник проистекает из инновационной деятельности предприятия. Его использование предполагает постоянное обновление выпускаемой продукции, обеспечение ее конкурентоспособности, рост объемов реализации и увеличение массы прибыли. [27]

Планирование прибыли подразумевает под собой процесс обеспечения формирования прибыли в нужном объеме и

эффективном ее применении, помогающем достичь поставленных целей и задач развития предприятия. Финансовое планирование прибыли предусматривает расчет основных видов за доходов и затрат.

Доходы компании – увеличение или рост экономических выгод в процессе получения активов (ресурсов, денежных средств, имущества) и погашения обязательств. Эти изменения всегда приводят к увеличению капитала компании (кроме уставных вкладов собственников или акционеров);

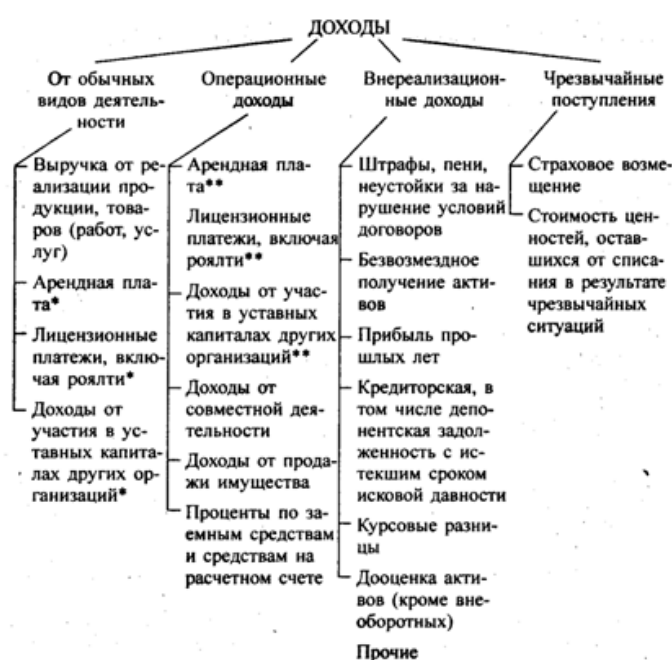


Рисунок 1 – Доходы компании

Прибыль предприятий формируется под воздействием следующих факторов:

Внешние факторы, не зависящие от деятельности предприятия, но оказывающие существенное влияние на прибыль: инфляция, изменения нормативно-законодательной базы, изменение цен и тарифов на услуги и перевозки; нарушение поставщиками, банками условий договора и т.д. [18]

Внутренние факторы, которые можно разделить на основные (связанные с осуществлением торгово-технологического процесса) и вспомогательные. К основным факторам относятся:

А) Экстенсивные – это факторы, влияющие на прибыль через количественные изменения (изменение т/о, уровня торговых надбавок, режима работы предприятия).

Б) Интенсивные – факторы, влияющие на прибыль через качественные изменения (повышение качества торгового обслуживания, квалификации работников и т.д.).

К вспомогательным факторам относятся: условия труда и быта работников предприятия, их социальная защищенность, соблюдение хозяйственной дисциплины (соблюдение требований налогового законодательства, методов списания безнадежных долгов и т.д.). [13]

Прибыль каждого предприятия формируется из таких источников:

1) Валовая прибыль – это показатель эффективности производства, в полной мере выявляет результаты от всей деятельности предприятия. Равен он разнице между выручкой от продажи товаров, продукции, работ (за минусом НДС, акцизов и других обязательных платежей) и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ (в торговле себестоимость равна покупной стоимости товаров). Его можно определить, как показатель превышения доходов над всеми текущими затратами. В состав валовой прибыли включает амортизацию основного капитала и доходы, полученные от собственности. Среди основных факторов оказывающих влияние на валовую доходность можно выделить:

- скорость оборота товаров (насколько долго заморожены финансовые ресурсы в остатках);

- себестоимость продукции;

- маркетинговое продвижение;

- величина выручки;

- качество обслуживания (удержание постоянных клиентов);

- цена единицы продукции.

2) Прибыль (убыток) от продаж - это финансовый результат, полученный от основной деятельности предприятия, определяется путем

вычета из общей суммы выручки от реализации продукции в действующих ценах (без НДС и акцизов) затрат на производстве и реализацию продукции, включаемых в себестоимость продукции. [12]

3) Прибыль (убыток) до налогообложения - отражается в балансе предприятия, является конечным финансовым результатом деятельности предприятия; выявляется посредством бухгалтерского учета всех его хозяйственных операций и оценки статей баланса. Бухгалтерская прибыль является показателем эффективности всей хозяйственной деятельности предприятия.

4) Чистая прибыль (убыток) – это та часть прибыли, которая остается у предприятия после уплаты всех налогов, отчислений и обязательных платежей и используется на нужды предприятия (развитие производства, социальные нужды и т. д.).

5) Прибыль (убыток) от обычной деятельности - может быть получена вычитанием из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей (суммы штрафных санкций, подлежащих уплате в бюджет и государственные внебюджетные фонды). [16]

Распределение и использование прибыли является важным хозяйственным процессом, обеспечивающим как покрытие потребностей предприятия, так и формирование доходов государства. Механизм распределения прибыли должен быть построен таким образом, чтобы способствовать повышению эффективности производства, стимулировать развитие новых форм хозяйствования. При распределении прибыли, определении основных направлений ее использования, прежде всего, учитывается состояние конкурентной среды, которая может диктовать необходимость существенного расширения и обновления производственного потенциала предприятия. В соответствии с этим определяются масштабы отчислений от прибыли в фонды

производственного развития. Считается, что большая часть прибыли должна направляться на накопление, а не на потребление. [29]

Прибыль общества с ограниченной ответственностью облагается налогом и распределяется в общем порядке, установленном для юридических лиц. Чистая прибыль может распределяться на резервный фонд, который в соответствии с законом об обществах с ограниченной ответственностью рекомендуется формировать для своевременного выполнения обязательств перед учредителями, выходящими из их состава, а также делиться на две части: фонд накопления и фонд потребления. Фонд накопления включает те фонды, которые по решению учредителей идут на развитие предприятия, инвестиционные проекты. Фонд потребления может состоять из фонда социального развития, материального поощрения и той части, которая идет на выплату учредителям (она распределяется пропорционально их долям в уставном капитале).[4]

Под распределением прибыли понимается порядок и направления ее использования, определяемый законодательством, целями и задачами предприятия, интересами учредителей — собственников предприятия. [20]

Распределение прибыли основывается на следующих принципах:

- 1) выполнение обязательств перед государством;
- 2) обеспечение материальной заинтересованности работников в достижении наивысших результатов при наименьших затратах;
- 3) накопление собственного капитала, обеспечивающего процесс непрерывного развития бизнеса;
- 4) выполнение обязательств перед учредителями, инвесторами, кредиторами и др.

Роль характера распределения прибыли в деятельности предприятия определяется следующими основными положениями:

- 1) Распределение прибыли непосредственно реализует главную цель политики управления ею — повышение уровня благосостояния собственников предприятия. Оно формирует пропорции между текущими

выплатами им дохода на капитал (в форме дивидендов, процентов и т.п.) и ростом этих доходов в предстоящем периоде (за счет обеспечения возрастания вложенного капитала). При этом собственники предприятия самостоятельно формируют эти направления удовлетворения своих потребностей во времени.

2)Распределение прибыли является основным инструментом воздействия на рост рыночной стоимости предприятия.

3)Пропорции распределения прибыли определяют темпы развития предприятия. Эта стратегия реализуется в процессе инвестиционной деятельности предприятия, объемы которой определяются возможностями формирования финансовых ресурсов, в первую очередь, за счет внутренних источников.

4)Характер распределения прибыли является важнейшим индикатором инвестиционной привлекательности предприятия. В процессе привлечения собственного капитала из внешних источников уровень выплачиваемых предприятием дивидендов (или других форм инвестиционного дохода) является одним из основных оценочных критериев, определяющих результат предстоящей эмиссии акций.[21]

5)Распределение прибыли является одной из действенных форм воздействия на трудовую активность персонала предприятия. Объемы и формы участия персонала в прибыли определяют уровень трудовой мотивации работников, способствуют стабилизации персонала и росту производительности труда.

6)Пропорции распределения прибыли формируют уровень обеспечения дополнительной социальной защищенности работников. В условиях низкой действенности государственных форм социальной защиты занятых работников, эта роль распределительного механизма прибыли на предприятии позволяет дополнить их минимальную социальную защищенность.

7) Характер распределения прибыли оказывает влияние на уровень текущей платежеспособности предприятия. Выплаты прибыли, предусмотренной к потреблению собственниками и персоналом предприятия, осуществляются, как правило, в денежной форме, т.е. в форме основного актива, обеспечивающего платежеспособность по неотложным финансовым обязательствам. При большом объеме выплат прибыли на цели потребления, уровень платежеспособности предприятия в текущем периоде может существенно снизиться. [24]

На предприятии распределению подлежит чистая прибыль, то есть прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей. Из нее взыскиваются санкции, уплачиваемые в бюджет и некоторые внебюджетные фонды. Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, используется им самостоятельно и направляется на дальнейшее развитие предпринимательской деятельности. Никакие органы, в том числе государство, не имеют права вмешиваться в процесс использования чистой прибыли предприятия. Наряду с финансированием производственного развития прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, направляется на удовлетворение потребительских и социальных нужд. Так, из этой прибыли выплачиваются единовременные поощрения и пособия, уходящим на пенсию, а также надбавки к пенсиям, производятся расходы по оплате дополнительных отпусков сверх установленной законом продолжительности, оплачиваются расходы на бесплатное питание или питание по льготным ценам. [23]

Прибыль используется в случаях нарушения предприятием действующего законодательства для уплаты различных штрафов и санкций.

В случаях утаивания прибыли от налогообложения или взносов во внебюджетные фонды также взыскиваются штрафные санкции, источником уплаты которых является чистая прибыль. Распределение прибыли на социальные нужды включает расходы по эксплуатации социально-бытовых

объектов, находящихся на балансе предприятия, культурно-массовых мероприятий и т.п.

Вся прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, подразделяется на две части. Первая увеличивает имущество предприятия и участвует в процессе накопления. Вторая характеризует долю прибыли, используемой на потребление. Нераспределенная прибыль в широком смысле как прибыль, использованная на накопление, и нераспределенная прибыль прошлых лет свидетельствуют о финансовой устойчивости предприятия, о наличии источника для последующего развития. [3]

1.3 Пути повышения прибыли

Так как прибыль — важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия, то в увеличении прибыли заинтересованы все участники производства. Стремление к ее получению ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Однако, экономическая нестабильность, монопольное положение товаропроизводителей искажают формирование прибыли как чистого дохода, приводят к стремлению получения доходов, главным образом, в результате повышения цен. [22]

Как известно, прибыль от продаж — это разница между выручкой от продаж и полной себестоимостью продукции, работ, услуг. Таким образом, существуют два пути воздействия (увеличения, уменьшения) прибыли предприятия: снижение себестоимости и увеличение выручки.

1.Снижение себестоимости:

Данный метод в настоящее время не самый действенный, поскольку снизить расходы без ущерба качеству продукции очень сложно. Если компания выбрала именно этот способ, то необходимо тщательно обдумать все последующие действия и определить, в каком направлении наиболее

выгодно двигаться. Специалисты предлагают несколько вариантов, среди которых снижение транспортных расходов, расходов на оплату труда, снижение себестоимости товара, которого можно добиться, используя более дешевое сырье. В настоящее время с проблемой постоянного роста себестоимости сталкиваются даже те предприятия, которые имеют относительно высокий и стабильный спрос на изготавливаемую продукцию. Поэтому наибольшую актуальность приобретают вопросы, связанные с разработкой мер по снижению себестоимости.

А) Факторы, которые оказывают влияние на себестоимость продукции можно классифицировать на три категории:

1) Внедрение инноваций, направленных на повышение технического уровня производства: механизация, автоматизация, компьютеризация производства, применение современных технологий, новых видов материалов, совершенствование конструкции изделия.

2) Внедрение инноваций в сфере управления, организации производства и труда: организация контроллинга и управленческого учета, создание автоматизированных рабочих мест руководящих работников и специалистов, внедрение научной организации труда, расширение зон обслуживания и др.

3) Экономические факторы: совершенствование материального стимулирования персонала, привлечение инвестиций, внедрение прогрессивных норм и нормативов и др. [1]

Б) Все факторы, влияющие на уровень снижения затрат, можно подразделить по масштабам их действия:

1) Общегосударственные связаны с политикой правительства в области экономических отношений.

2) Внутриотраслевые факторы в условиях реформирования экономики играют незначительную роль и могут быть представлены процессом совершенствования нормативов системы цен на продукцию и в области планирования производственной деятельности, принятия ценовых и

тарифных, трудовых (отраслевых) соглашений, регулирующих отдельные виды затрат. Вопросы специализации и кооперирования решаются самим предприятием.

3) Внутрипроизводственные факторы связаны с улучшением использования всех имеющихся у предприятия материально-технических, трудовых и финансовых ресурсов. Они главным образом зависят от результатов деятельности предприятия, могут быть также независимыми от них.

В) Выделяют два направления снижения себестоимости продукции условно-переменных затрат:

1) улучшение использования условно-переменных материальных затрат (сырья, материалов, покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов, топлива и энергии на технологические цели);

2) повышение эффективности использования условно-переменных трудовых затрат (рост производительности труда и улучшение использования рабочего времени).

3) снижение условно-постоянных затрат (сокращение расходов на содержание и эксплуатацию машин и оборудования, общецеховых и общехозяйственных расходов, расходов на реализацию). [5]

Основными задачами анализа себестоимости промышленной продукции являются:

- установление динамики важнейших показателей себестоимости;
- определение затрат на рубль товарной продукции;
- выявление резервов снижения себестоимости.

В себестоимости как в обобщающем экономическом показателе находят свое отражение все стороны деятельности предприятия: степень технологического оснащения производства и освоения технологических процессов; уровень организации производства и труда, степень использования производственных мощностей; экономичность использования материальных и трудовых ресурсов и другие условия и

факторы, характеризующие производственно-хозяйственную деятельность. Поэтому решение проблемы снижения себестоимости продукции непосредственно связано с повышением эффективности работы всего предприятия. [10]

2) Увеличение выручки:

Специалисты советуют в первую очередь рассмотреть все возможности, которые помогут достичь увеличения прибыли от продаж, сравнить их, оценивая уровень риска, а после этого менять политику компании. Самый простой способ добиться результатов – это повысить цену на товары, которые предлагает компания. Повышать стоимость можно, пока она не отразится на спросе. Следует просчитать возможный убыток, а потом сравнить его с дополнительным доходом, который получается вследствие подобных манипуляций с ценами.

Если проведенный анализ показал, что такой метод не приведет к увеличению прибыли, то добиться результата можно, снизив объемы продаж. Создав искусственный дефицит, покупатели начнут бороться за вашу продукцию, а это сделает естественным рост цен.

Но, гораздо эффективнее наращивать объемы торговли. Удовлетворяя спрос текущих покупателей, вы сможете добиться желаемых результатов в финансовой области. Если решили снизить цену, то эффективность данного действия рассчитывается аналогично ее повышению. [7]

Чтобы привлечь внимание потенциальных покупателей, вашей компании желательно создать какие-то дополнительные свойства, новый сервис, повысить качество обслуживания. Помогает добиться увеличения прибыли от продаж устранение конкурентов. Их можно поглотить, либо вынудить покинуть данный сегмент. Установить монополию можно благодаря более качественному и дешевому обслуживанию покупателей. Добиться желаемого результата можно, изменив правила поведения в ключевом сегменте. Для снижения издержек во всех видах деятельности стоит коллективно обсудить все возможные нестандартные способы,

которые помогут вполнину сократить расходы. Полезно ставить себя на место покупателя, чтобы понять: что его больше всего раздражает, как его обслуживают, на что он обращает внимание прежде всего.[28]

Так же эффективно:

- Продажа излишнего оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;
- Расширение рынка продаж;
- Гибкое производство, позволяющее постоянное увеличение его объема, своевременное обновление выпускаемой продукции, расширение ассортимента;
- Соблюдение заключенных договоров;
- Оптимизация цен и ценообразования;
- Обеспечение высшего качества продукции, работ, услуг;
- Периодический пересмотр политики коммерческого кредитования;
- Завоевание и освоение новых рынков;
- Расширение дилерской сети;
- Эффективная деятельность предприятия по реализации продукции;
- Другие факторы.

Снизить себестоимость продукции достаточно сложно, поскольку поставщики обычно повышают цены на свои услуги, а транспортные расходы также увеличиваются. В качестве временной меры можно снизить управленческие расходы. Чтобы достигнуть максимальной эффективности, требуется внедрить все варианты увеличения прибыли от продаж: повысить цены на продукцию, снизить затраты, увеличить объемы торговли. Выполнение данных пунктов приведет к увеличению прибыли от продаж в несколько раз.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АЗТО»

2.1 Общая характеристика компании

«Абаканский завод торгового оборудования» один из первых поставщиков спецоборудования для предприятий торговли и сервиса в г.Абакане. Небольшое предприятие по обслуживанию кассовых аппаратов, основанное 18 ноября 1996 г., - сейчас - Группа Компаний, состоящая из юридических лиц и предпринимателей, занимающихся изготовлением, поставкой, установкой и обслуживанием торгового и технологического оборудования.

Юридический адрес: Республика Хакасия, г.Абакан, улица Промышленная, 29

Основные направления деятельности направленные на обслуживание предприятий общественного питания, магазинов, супермаркетов, торговых комплексов, хлебопекарных, кондитерских, мясоперерабатывающих и др. цехов, баров и офисов:

- проектирование,
- комплексное оснащение;
- своевременная поставка;
- изготовление оборудования по Вашим заказам;
- монтаж;
- гарантийное и сервисное обслуживание;

ООО «АЗТО» осуществляет доставку торгового оборудования по территории Республики Хакасия, Республики Тува, югу Красноярского края.

Предприятие осуществляет учет результатов своей хозяйственной деятельности, ведет бухгалтерскую отчетность в установленном порядке. Должностные лица предприятия несут ответственность за ее достоверность.

Трудовые отношения на предприятии, включая вопросы найма и увольнения режима труда и отдыха, условий оплаты труда, гарантии и

компенсации регулируются индивидуальными трудовыми договорами (контрактами). Условия индивидуальных трудовых договоров (контрактов) не могут ухудшать положения сотрудников предприятия по сравнению с условиями, предусмотренными действующим на территории Республики Хакасия законодательством.

Предприятие вносит отчисления по государственному социальному страхованию и отчисления на пенсионное обеспечение по ставкам, установленным для ООО Республики Хакасия. С водителями предприятие заключает двухсторонние специальные соглашения, в которых строго оговаривается ответственность, которая ложится на водителей, работающих на линии. Предприятие применяет упрощенную систему налогообложения.

Персонал предприятия:

Состав штатных должностей: Генеральный директор, главный бухгалтер, зам. главного бухгалтера, бухгалтер, бухгалтер-кассир, начальник цеха, менеджер по продажам, зав. материальным складом, программист (2), механик (7), Уборщица (2).

Уровень квалификации персонала: 60% работников ООО «Кассовый центр» имеют высшее образование. 40% работников имеют средне-специальное или неоконченное высшее образование.

Количество мужчин и женщин: 70% мужчин, 30% женщин.

Опыт работы: Примерно 80% работников ООО «Кассовый центр» имеют более 5 лет опыта работы по специальности. Остальные 20% работников либо имеют опыт менее 5 лет, либо работают не по специальности.

Возраст: От 18 лет до 25 лет примерно 15%, от 25 лет до 40 лет примерно 50%, от 40 лет и выше примерно 35%.

Национальный состав работников ООО «Кассовый центр»: Русские-80%, Хакасы-15%, 5% хохлы.

Количество детей в семьях работников ООО «Кассовый центр»: Многодетные семьи 50%, семьи в которых один ребенок 50%.

2.2 Анализ капитала

Капитал – выражает общую величину средств в денежной, материальной и нематериальной формах, имеющих денежную оценку, вложенных в активы предприятия.

Предприятие располагает активным и пассивным капиталом.

Целью анализа активов является:

- Выявление особенностей структуры активного капитала
- Отслеживание динамики изменений отдельных групп активов и капитала в целом.

В процессе анализа активов предприятия в первую очередь следует изучить изменения в их составе и структуре и дать им оценку. Данными для анализа является бухгалтерская отчетность форма 1, 2 (см. прил.).

Общий анализ структуры баланса за 2015г. рассмотрим в таблице 2.1

Таблица 2.1- Общий анализ структуры баланса за 2015год

Актив	Сумма, тыс.руб	%	Пассив	Сумма, тыс.руб	%
Внеоборотные активы	-	-	Собственный капитал (1300)	108	16
Оборотные активы	672	100	Заемный капитал(1400+1500)	564	84
Сумма, тыс.руб	672	100	Сумма, тыс.руб	672	100

В результате проведенного анализа из таблицы 2.1 было выявлено преобладание заемного капитала над собственным в несколько раз. Это является отрицательным моментом для структуры баланса. К сожалению, у предприятия отсутствуют внеоборотные активы (основные средства), что дает основание считать предприятие финансово неустойчивым. Так же может отрицательно сказаться при получении кредита. Объем совокупного капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность ООО «АЗТО» на 2015 год составляет 672тыс.руб, что позволяет отнести предприятие к категории малого 20 млн. > 672 тыс. руб.

Источник информации: форма №1. Структура и динамика оборотных активов за 2014 г. и 2015 г. отражена в таблице 2.2

Таблица 2.2 - Структура и динамика оборотных активов

Показатели	2014год		2015год		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб	% к итогу	Сумма, тыс.руб	% к итогу	Сумма, тыс.руб	Темп прироста, %
Оборотные активы:	488	100%	672	100%	184	137
1.Запасы:	275	57%	481	71%	206	174
-Товары	275	57%	444	65%	169	161,4
-Материалы	-	-	37	6%	37	-
2.Дебиторская задолженность:	213	43%	190	28%	-23	89
НДС с авансов	-	-	1	1%	1	-
Расчеты с покупателями	176	39%	78	11%	-98	44,3
Авансы с поставщиками	37	4%	111	15%	74	300
3.Денежные средства	-	-	1	1%	1	-

Из таблицы 2.2 видно, что структура оборотных активов предприятия, в первую очередь, отражает специфику операционного, финансового цикла компании. В 2015 году оборотные активы увеличились на 184тыс.руб, темп прироста 137%, так же увеличились запасы. Дебиторская задолженность уменьшилась на 15%, что свидетельствует об уменьшении задолженности покупателей.

В таблице 2.3 проанализируем оборачиваемость оборотных средств.

Таблица 2.3 - Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	Единица измерения	2014год	2015год	Отклонения
Выручка от реализации продукции	тыс.руб	3917	1574	-2343
Краткосрочные текущие активы	тыс.руб	488	672	184
Оборачиваемость оборотных средств (1/2)	тыс.руб	8,02	2,3	-5,72
Продолжительность оборота (дн)	тыс.руб	45	154	109

По данным анализа из таблицы 2.3 выручка данного предприятия уменьшилась на 2343, что говорит об отрицательной динамике развития предприятия. В данном случае, продажи упали из-за сложной экономической ситуации, как стране, так и в нашем регионе. Покупательская способность в стране сильно сократилась. Краткосрочные текущие активы возросли на 184. Показатель оборачиваемости оборотных средств снизился, что говорит о снижении рентабельности. Но предприятие все равно остается рентабельным, так как данный показатель все равно остается больше 1. Продолжительность оборота увеличилась из-за снижения рентабельности.

Оборачиваемость дебиторской задолженности равна отношению выручки от реализации продукции к дебиторской задолженности (рассматриваем только краткосрочную дебиторскую задолженность, так как долгосрочная дебиторская задолженность отсутствует) (таблица 2.4.).

Таблица 2.4 - Оборачиваемость дебиторской задолженности

Показатели	2014год	2015год	Отклонения
1.Дебиторская задолженность, тыс. руб	213	190	-23
В том числе:			
Расчеты с покупателями	176	78	-98
Авансы поставщикам	37	111	74
НДС с авансов	-	1	1
2.Выручка от реализации продукции, тыс. руб	3917	1574	-3763
3. Доля ДЗ в выручке от реализации	18,4	8,2	-10,2
4.Оборачиваемость ДЗ (оборот)	18,4	8,2	-10,2
5.Период погашения ДЗ (дн)	20	44	24

В данной таблице большую роль играет такой показатель как период погашения ДЗ. Чем продолжительнее период погашения, тем выше риск ее погашения. Дебиторская задолженность снизилась на 23тыс.руб. Скорость погашения дебиторской задолженности организации снизилась, организация получает оплату от своих покупателей дольше, из чего следует увеличение периода погашения дебиторской задолженности. Но из-за значительного снижения выручки от реализации продукции, увеличились авансы поставщикам.

Рассмотрим состояние и использование оборотных средств на предприятии «АЗТО» в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Состояние и использование оборотных средств

Показатели	2014год	2015год	Отклонения
1. Средняя величина оборотных	331	423,5	92,5

средств, тыс. руб.			
2. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	11,8	3,7	-8,1
3. Длительность оборота, дни	31	114	83
4. Коэффициент закрепления	0,08	0,26	0,16
5. Доля оборотных средств в валюте баланса, %	1	1	0

Коэффициент закрепления увеличился, следовательно, эффективнее используются оборотные средства. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств снизился на 8,1 оборота, что увеличило длительность оборота на 83 дня. Финансовое положение предприятия, его платежеспособность и ликвидность находятся в непосредственной зависимости от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги. От скорости оборота средств зависят: размер годового оборота, потребность в дополнительных источниках финансирования и плата за них, сумма затрат, связанных с владением товарно-материальными ценностями и их хранением и др. Средняя величина оборотных активов повысилась на 92,5%. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств снизился, что привело к увеличению длительности одного оборота на 83 дня. Далее необходимо рассмотреть состав источников имущественных ресурсов предприятия.

Анализ состава и структуры источников финансовых ресурсов предприятия «АЗТО» представлен в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Структура обязательств предприятия

№	Показатели	2014год		2015год		Отклонения
		Сумма, тыс.руб	%	Сумма, тыс.руб	%	
1	Всего источников	488	100	672	100	184

	в том числе:					
1.1	Собственных	96	20	108	16	8
1.2	Заемных	392	80	564	84	172
	Из них:					
1.2.1	Долгосрочных	-	-	-	-	-
1.2.2	Краткосрочных	392	80	564	84	172

Из таблицы 2.6 видно, что заемные средства существенно превышают собственные. В структуре капитала отрицательно характеризуется тот факт, что заемные средства занимают большую часть средств за 2015 год - 84% и снижают риск предпринимательской деятельности. Собственные средства увеличились на 8тыс.руб. Увеличение собственного капитала влечет за собой улучшение кредитоспособности предприятия. Все заемные ресурсы являются краткосрочными. Так как отсутствуют долгосрочные заемные средства, уменьшается вероятность непогашения обязательств.

Рассмотрим более детально структуру и динамику заемного капитала предприятия «АЗТО» в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Структура и динамика заемного капитала по категориям кредитов

Показатели	2014год		2015год		Отклонения
	Сумма, тыс.руб	%, к итогу	Сумма, тыс.руб	%, к итогу	Сумма, тыс.руб
1.Всего заемного капитала:	392	100	564	100	172
1.1Кредиты и займы	69	18	390	69	326
1.2.Кредиторская задолженность	323	82	174	31	-149
1.2.1 Поставщики	279	70,5	84	15	-195
1.2.2 Налоги и сборы	38	10	64	11	26

1.2.3 НДС с авансов	6	1,5	17	3	9
1.2.4 Авансы от покупателей	-	-	9	2	9

Из таблицы 2.7 видно, что кредиторская задолженность снизилась, что говорит об увеличении заемного капитала. С одной стороны, привлечение заемных средств — это фактор успешного функционирования предприятия, который способствует быстрому преодолению дефицита финансовых ресурсов, свидетельствует о доверии кредиторов и обеспечивает повышение рентабельности собственных средств. С другой стороны, предприятие обременяется финансовыми обязательствами. Одна из главных оценочных характеристик эффективности управленческих финансовых решений — величина и эффективность использования заемных средств. Основную долю в структуре кредиторской задолженности занимает задолженность перед поставщиками. Большую часть заёмного капитала занимают кредиты и займы – 69%.

2.3 Анализ финансового состояния

Одной из основных характеристик стабильного положения организации служит финансовая устойчивость, то есть такое состояние финансовых ресурсов, которое обеспечивает развитие организации на основе роста прибыли, капитала, сохранности платёжеспособности.

Финансовое состояние предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени.

Финансовая устойчивость предприятия – это такое состояние его финансовых ресурсов, их распределения и использования, которые обеспечивают развитие предприятия. На основе роста прибыли и капитала, сохранение платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого риска.

Финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы оценивается показателями ликвидности и платежеспособности. С позиции долгосрочной перспективы оценивается финансовая устойчивость предприятия. Анализ платежеспособности необходим для предприятия с целью оценки и прогнозирования его финансовой деятельности.

Таблица 2.8 - Группировка статей баланса

Актив	2014, тыс.руб	2015, тыс.руб	Пассив	2014, тыс.руб	2015, тыс.руб
Наиболее ликвидные активы	1	1	Наиболее срочные обязательства	323	174
Быстро реализуемые активы	213	190	Краткосрочные обязательства	69	390
Медленно реализуемые активы	275	481	Долгосрочные обязательства	-	-
Трудно реализуемые активы	-	-	Постоянные пассивы	96	108

Из таблицы 2.8 видно, что у предприятия имеется платежный недостаток наиболее ликвидных активов на покрытие наиболее срочных обязательств, который составляет 322 тыс. руб. в 2014 году и 173 тыс. руб. в 2015 году. Объем медленно реализуемых активов в исследуемом периоде имеет тенденцию увеличения, при этом у предприятия нет долгосрочных обязательств. Постоянные пассивы по условиям выполнения неравенства платежеспособности должны превышать труднореализуемые активы. В нашем труднореализуемых активов нет. Из этого делаем вывод: предприятие не является абсолютно ликвидным, так как объем наиболее срочных обязательств превышает наиболее ликвидные активы, имеющиеся в

распоряжении предприятия. Показатели ликвидности применяют для оценки способности предприятия выполнять свои краткосрочные обязательства. Они дают представление о платежеспособности предприятия не только на данный момент, но и в случае чрезвычайных происшествий. Рассчитаем эти коэффициенты, и результаты анализа сведем в таблицу 2.9.

Таблица 2.9 - Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2015 г	2014 г	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,002	0,002	$\geq 0,1$
Коэффициент критической ликвидности	0,34	0,54	$\geq 0,7$
Коэффициент текущей ликвидности	1,7	1,2	$\geq 1,2$

Значение коэффициента абсолютной ликвидности за отчетный период не изменился и остался ниже нормативного значения, значит, предприятие, не в состоянии немедленно погасить часть текущей задолженности только за счет денежных средств. Коэффициент критической ликвидности показывает, какую часть текущей задолженности предприятие может погасить за счет активов наиболее ликвидных и быстрореализуемых. Коэффициент текущей ликвидности к 2015 году уменьшился, но все равно считается нормальным значением коэффициента, предприятие способно погашать текущие краткосрочные обязательства за счет имеющихся оборотных активов, показывает платежеспособность.

Для проведения анализа на основе формы №2 «Отчёт о прибылях и убытках» построим таблицу 2.10, в которой отобразим финансовые результаты предприятия за 2014-2015 гг.

Таблица 2.10 - Финансовые результаты

Показатели	2014, тыс.руб	2015, тыс.руб	Отклонения
Выручка от продаж	3917	1574	-2343
Полная себестоимость	3333	1195	-2138
Прибыль (убыток) от продаж	72	20	-52
Прибыль (убыток) до налогообложения	69	15	-54
Налоги	15	3	-12
Прибыль чистая	54	12	-42

Данные таблицы 2.10, свидетельствуют о том, что снижение выручки от продаж снизилась из-за резких скачков цен на сырье, из-за нестабильного курса доллара и из-за снижения покупательской способности населения, соответственно, снизилась и чистая прибыль. Чтобы охарактеризовать окончательные результаты хозяйственной деятельности предприятия «АЗТО» произведем расчет показателей рентабельности, то есть, сопоставим сумму полученной прибыли с затраченными и наличными ресурсами (таблица 2.11).

Таблица 2.11 -Показатели деловой активности

№ п.п	Показатели	2014г	2015г	Отклонения
1	Коэффициент деловой активности	16,05	4,7	-11,35
2	Фондоотдача основных средств	-	-	-
3	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	8,02	2,3	-5,72
4	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	40,8	14,6	-26,2
5	Коэффициент оборачиваемости заемного	9,9	2,8	-7,1

капитала

Коэффициент деловой активности хоть в 2015 году составляет 4,7 что означает эффективное использование собственных средств. Коэффициент оборачиваемости показывает, что не стабильная активность капитала сохраняется, так как коэффициент оборачиваемости активов составляет 2,3, а снизился он из-за роста задолженностей. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала показывает активность и скорость использования предприятием собственного капитала.

Расчёт основных показателей, характеризующих рентабельность предприятия, в %, приведён в таблице 2.12

Таблица 12 - Показатели рентабельности

Наименование показателя	2014год	2015год	Отклонение
Рентабельность продаж	1,8	1,2	-0,6
Рентабельность основной деятельности	2,16	1,67	-0,49
Рентабельность активов	14,1	2,2	-11,9
Рентабельность собственного капитала	16,6	11,1	-45,1

Рентабельность продаж в 2015 году снизилась, это произошло из-за снижения клиентской базы. Рентабельность основной деятельности отражает, какое количество прибыли получает предприятие с каждой денежной единицы, инвестируемой в производство и реализацию выпускаемой продукции. Рентабельность собственного капитала – показатель чистой прибыли в сравнении с собственным капиталом организации. Это важнейший финансовый показатель отдачи для любого инвестора, собственника бизнеса, показывающий, насколько эффективно был использован вложенный в дело капитал.

2.4 Управленческий анализ

Цель управленческого анализа — помочь управляющим в принятии эффективных управленческих решений — реализуется в задачах.

Управленческий анализ представляет собой систему учета, планирования, контроля, анализа доходов, расходов и результатов хозяйственной деятельности в необходимых аналитических разрезах, оперативного принятия различных управленческих решений в целях оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Цель управленческого анализа — помочь управляющим в принятии эффективных управленческих решений — реализуется в задачах, перечисленных ниже:

- формирование достоверной и полной информации о внутрихозяйственных процессах и результатах деятельности и предоставление этой информации руководству предприятия путем составления внутренней управленческой отчетности;

- анализ отклонений от запланированных результатов выявление причин отклонений;

- формирование информационной базы для принятия решений;

- выявление резервов повышения эффективности деятельности предприятия.

Состояние персонала можно увидеть в таблице 2.13

Таблица 2.13 - Состояние персонала

Показатели	2014год	2015год	Отклонение
1.Списочная численность работников	44	45	1
2.ИТР, человек всего:	12	15	3
-служащие	7	10	3
-руководители	1	1	0
-специалисты	4	4	0
3.Рабочие, человек всего:	30	28	-2

4.МОП, всего	2	2	0
5.Фонд оплаты труда	2473,2	2610	145,8
6.Средняя заработная плата, тыс.руб.	14,87	16,25	1,38

Видно, что штатная численность сотрудников «АЗТО» увеличилась на 3 человека, прибавилось 2 механика и 1 программист. А вот внештатные рабочие сократились, связано это с сокращением производства. Фонд оплаты труда и средняя заработная плата увеличилась.

2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия

Условием и гарантией выживания и развития любого предприятия, как бизнес-процесса, является его финансовая стабильность. Если предприятие финансово устойчиво, то оно в состоянии «выдержать» неожиданные изменения рыночной конъюнктуры, и не оказаться на краю банкротства. Более того, чем выше его стабильность, тем больше преимуществ перед другими предприятиями того же сектора экономики в получении кредитов и привлечении инвестиций. Финансово устойчивое предприятие своевременно рассчитывается по своим обязательствам с государством, внебюджетными фондами, персоналом, контрагентами.

Для заключительной оценки деятельности предприятия произведем анализ финансовой устойчивости для того, чтобы определить финансовые возможности организации на длительные перспективы, которые зависят от структуры ее капитала; степени взаимодействия с кредиторами и инвесторами; условий, на которых привлечены и обслуживаются внешние источники финансирования.

Обеспечение финансовой устойчивости любой коммерческой организации является важнейшей задачей ее менеджмента. Финансовое состояние организации можно признать устойчивым, если при неблагоприятных изменениях внешней среды она сохраняет способность нормально функционировать, своевременно и полностью выполнять свои обязательства по расчетам с персоналом, поставщиками, банками, по

платежам в бюджет и внебюджетные фонды и при этом выполнять свои текущие планы и стратегические программы.

Условием финансовой устойчивости организации является наличие у нее активов, по составу и объемам отвечающих задачам ее перспективного развития, и надежных источников их формирования, которые хотя и подвержены неизбежным и не всегда благоприятным воздействиям внешних факторов, но обладают достаточным запасом прочности. Устойчивость финансового состояния предприятия оценивается системой абсолютных и относительных показателей на основе соотношения заемных и собственных средств по отдельным статьям актива и пассива баланса.

Проведем коэффициентный анализ финансовой устойчивости для оценки независимости предприятия от внешних кредиторов, определения уровня обеспеченности материальных активов собственным капиталом.

Для оценки общей финансовой устойчивости предприятия «АЗТО» используем следующие показатели: коэффициент автономии, коэффициент концентрации заемного капитала, коэффициент соотношения собственных и заемных средств (таблица 2.14).

Таблица 2.14 – Показатели финансовой устойчивости

Показатели	Рекомендуемые значения	2015г	2014 г.	2013 г.	Отклонение 2015 г.	
					2014г.	2013г.
1. Коэффициент автономии	$K_a \geq 0,5$	0,16	0,19	0,11	-0,03	0,08
2. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$K_z/c \leq 1$	5,2	4,08	8,5	1,12	-4,42
3. Коэффициент маневренности	$K_m \geq 0,5$	1	1	1	0	0

Коэффициент автономии показывает долю собственных средств в общей сумме всех средств, вложенных в имущество предприятия. Финансовое положение предприятия можно считать неустойчивым, так как значение коэффициента менее 0,5. Доля заемного капитала предприятия «АЗТО» на 2015 увеличилась, есть свидетельствует об уменьшении собственных средств. Важной характеристикой устойчивости финансового состояния является коэффициент маневренности. Значение этого показателя превышает нормативное значение. Это означает, что значительная часть собственного капитала предприятия покрывается собственными оборотными средствами.

Таблица 2.15 – Динамика показателей деловой активности и эффективности деятельности

Показатели	2015 г.	2014 г.	2013 г.	Отклонения от 2015 г.	
				2014 г.	2013 г.
1. Коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсоотдача)	3,7	11,8	13,8	-8,1	-2
2. Коэффициент отдачи собственного капитала	14,5	40,8	87,3	-26,3	-46,5
3. Период оборачиваемости материальных запасов, дн.	9	31	28	-22	3
4. Срок погашения дебиторской задолженности, дн.	43	20	8	23	12
5. Срок погашения кредиторской задолженности	7	21	16	14	5
7. Рентабельность активов, %	1	11	4,7	-10	6,3
8. Рентабельность продаж, %	0,7	1,4	0,5	-0,7	0,9

Экономический анализ деловой активности и экономической эффективности определяется объективно назревшей необходимостью решения проблемы достижения стабильности и роста промышленного производства путем повышения деловой активности предприятий. Коэффициент общей оборачиваемости (ресурсоотдача) или коэффициент трансформации,

отражает скорость оборота всего капитала организации или эффективность использования всех имеющихся ресурсов независимо от их источников.

На основе рассчитанных показателей можно сделать вывод, что финансовая ситуация, сложившаяся на предприятии «АЗТО» нуждается в улучшении. Главная цель финансовой деятельности предприятия сводится к одной стратегической задаче – наращиванию собственного капитала и обеспечению устойчивого положения на рынке, а у «АЗТО» заемный капитал превышает собственный на 80%, что делает предприятие финансово неустойчивым. Зато на предприятие низкий коэффициент текучести кадров. Ведь заработная плата работников, налоги на социальные отчисления всегда осуществляется вовремя. И рентабельность продаж хоть и снизилась, зато есть наработанная клиентская база и постоянные клиенты.

2.6 Вопросы экологии

В современных условиях значительно возросло действие деятельности человека на природную среду. Поэтому проблема окружающей среды на сегодняшний день очень актуальна.

Охрана природы – общее обозначение системы мероприятий: технологических, экономических, административно – правовых, международных, биотехнических, просветительных и т.д.; обеспечивающих возможность сохранения природой ресурса – и средовоспроизводящих функций, генофонда, а также сохранение невозобновимых природных ресурсов.

Наиболее важными проблемами охраны природы являются: охрана атмосферы и вод от загрязнения вредными веществами, охрана недр и рациональное использование естественных ресурсов, обеспечение радиационной безопасности, охрана генофонда растений и животных, глобальный мониторинг различных антропогенных загрязнителей и т.д.

Федеральный закон № 7-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "Об охране окружающей среды", определяет правовые основы государственной

политики в области охраны окружающей среды, обеспечивающие сбалансированное решение социально - экономических задач, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, укрепления правопорядка в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности.

Настоящий Федеральный закон регулирует отношения в сфере взаимодействия общества и природы, возникающие при осуществлении хозяйственной и иной деятельности, связанной с воздействием на природную среду как важнейшую составляющую окружающей среды, являющуюся основой жизни на Земле, в пределах территории Российской Федерации. Охрана окружающей среды - деятельность органов государственной власти Российской Федерации и органов местного самоуправления, общественных и иных некоммерческих объединений, юридических и физических лиц, направленная на сохранение и восстановление природной среды, рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов, предотвращение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду и ликвидацию ее последствий.

Экология – это наука о взаимоотношениях живых существ между собой и с окружающей неорганической природой. Современные темпы экономического развития обострили проблему ограниченности природных ресурсов, возникла необходимость повышения экологических требований к экономике. Современная экологическая ситуация вызывает необходимость комплексного рассмотрения хозяйственных проблем в разрезе требований окружающей среды, и в разрезе требований экономического развития общества.

Основными объектами загрязнения являются атмосфера, вода и почва. Предприятие «АЗТО» является экологически чистым предприятием, оно не загрязняет окружающей среды, так как не имеет вредных производств и выбросов в атмосферу. Предприятие «АЗТО» вопросам охраны природы

уделяет достаточное внимание. Вокруг территории предприятия производится посадка деревьев, на предприятии имеется план по улучшению охраны окружающей среды, соблюдаются все санитарно-гигиенические требования.

Предприятие «АЗТО» соблюдает требования законодательства в области охраны окружающей среды, в соответствии с графиком проводит санитарно-гигиенические экспертизы и проверки, а так же осуществляет утилизацию отходов в соответствии с требованиями СанПиН 2.1.7.1287-03 (с изменениями на 25 апреля 2007 года).

3 ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Обоснование мероприятий

Проанализировав хозяйственную деятельность предприятия «АЗТО», и увидев, что выручка в 2015 году снизилась на 60 %, можно предложить предприятию открыть новый отдел продаж в республике Тыва в городе Кызыл. Это обосновано тем, что ООО «АЗТО» часто осуществляет доставку торгового оборудования в город Кызыл. В городе Кызыл существует всего один конкурент «Ресторанные технологии», в сравнении с ним «АЗТО» лидирует по таким критериям, как цена и ассортимент.

Покупательская способность в республике Тыва высокая, и закупки они проводили в большей мере в городе Абакане, где довольно большая конкуренция. Теперь новый офис будет в шаговой доступности, следовательно, большая часть покупателей будет осуществлять покупки в новом отделе продаж «АЗТО», что приведет к увеличению продаж.

Так же в городе Кызыл существует множество крупных магазинов, кафе и ресторанов, которые являются потенциальными покупателями.

Чтобы достичь успеха в любом деле, нужно планировать каждое свое действие. Аналогично происходит и в бизнесе. Для того чтобы получить желаемый результат и не потерять вложенные средства, при реализации нового инвестиционного проекта необходимо тщательно проработать и спрогнозировать развитие событий на всех его этапах. В рамках предынвестиционного планирования составляется такой документ, как бизнес-план.

Цель написания бизнес-плана: открытие отдела продаж ООО «АЗТО».

Основные цели компании: увеличение прибыли и расширение клиентской базы.

ООО «АЗТО» профессионально оказывает следующие услуги:

- Бесплатные консультации, подбор оборудования кассовых аппаратов с учетом специфики деятельности
- Подготовка необходимой документации для регистрации ККМ в государственных налоговых инспекциях, постановка и снятие с учета.
- Продажа и доставка торгового оборудования.
- Проведение пуско-наладочных работ;
- Обучение и краткая инструкция по эксплуатации кассовых аппаратов, торгового оборудования;
- Техническое сопровождение и ремонт торгового оборудования;
- Замена ЭКЛЗ.

Swot- анализ:

Сильные стороны	Слабые стороны
1.Высокая степень соблюдения договорных обязательств, в отношении потребителей. 2.Профессионально обученный персонал. 3.Имеется доставка. 4.Стильный фирменный стиль. 5.Самые низкие цены на рынке. 6. Надежные поставщики	-отсутствие регулярных маркетинговых исследований. -нехватка основных средств;
Возможности	Угрозы
1.Улучшение сервиса. 2.Увеличение рентабельности, контроль над затратами. 3.Более широкий географический охват. 4.Открытие новых офисов. 5.Внедрение в СМИ. 6.Расширение персонала. 7.Повышение квалификации персонала.	1. В связи с экономическим кризисом, возможен ощутимый спад покупательской способности и как следствие потери клиентов. 2. из-за роста инфляции покупательская способность у населения снижается.

Исходя из выше проведенного исследования, можно выявить сильные и слабые стороны организации. Оно основано на комплексном исследовании различных функциональных зон организации и в зависимости от поставленных задач может быть методически простым или более сложным. Для целей стратегического планирования в обследование рекомендуется

включить 5 функциональных зон: маркетинг, финансы (бухучет), производство, персонал, а также организационную культуру и имидж организации.

Маркетинг - сильные стороны:

Гибкая ценовая политика – за счет налаженных и отработанных контактов с основными поставщиками, являющимися официальными дилерами фирм-производителей, что позволяет предлагать товар дешевле, чем у конкурентов и гарантировать его качество. Качество поставляемых товаров подтверждено сертификатом качества, кроме того, качество товаров отмечено положительными отзывами у постоянных покупателей.

Качество обслуживания – за счет индивидуального подхода к каждому клиенту и гибкой ценовой политике, что позволяет привлекать клиентов и быть конкурентноспособными в своем сегменте рынка; приветливые и доброжелательные менеджеры по продажам, качественная работа мастеров по обслуживанию торгового оборудования.

Имидж компании, придерживающейся морально-этических норм – за счет соблюдения правил торговли, предоставления гарантии на товары и услуги и выполнения обязательств по ним.

Маркетинг - слабые стороны:

Отсутствие полноценной рекламной компании. Основной рекламой является реклама на сайте интернет-площадки, что делает остальные подразделения менее рентабельными, так как на данный момент торговля через интернет является самой выгодной формой ведения бизнеса, за счет возможности предложения цен значительно ниже, чем в стационарных магазинах. И реклама других подразделений в таком случае не работает.

Отсутствие масштабных и регулярных маркетинговых исследований.

Финансы - сильные стороны:

Предприятие обладает товарными запасами.

Снижение издержек за счет получения продукции от официальных дилеров.

Финансы - слабые стороны:

Снижение оборота продаж и вследствие этого снижение прибыли предприятия. (Влияние финансово-экономического кризиса в мире и стране).

В связи с неблагоприятной финансово-экономической ситуацией в стране, нехватка основных средств на приобретение продукции.

Прекращение кредитования поставщиками.

Наличие банковских кредитов и займов.

Производство - сильные стороны:

На сегодняшний день компания предлагает большой ассортимент торгового оборудования разных ценовых категорий.

Компания ориентирована на предоставление высококачественного продукта.

Производство - слабые стороны:

В условиях нынешней экономики стали возникать перебои с продукцией на складах поставщиков и как следствие, возникновение товарного дефицита на складе компании.

Персонал – сильные стороны: квалифицированный руководящий состав; сплоченный коллектив компании, что позволяет оперативно решать возникающие проблемы; примерно 50% работников компании имеют высшее или среднее специальное образование; обучение и повышение квалификации на базе учебных центров поставщиков; сотрудники соответствуют имиджу фирмы и поддерживают его.

Персонал – слабые стороны: недостаток квалифицированных кадров.

3.2 Экономическая оценка эффективности предложенных мероприятий

Формат отдела будет выглядеть как обычный цех, где будет осуществляться сборка оборудования и отдельно кабинет для оформления заказов и общения с клиентами. Для этого найдено помещение 50 кв.м. в городе Кызыл, по улице Интернациональная 106Б. Арендная плата месяц составляет 15 тысяч рублей. Первоначально договор аренды будет заключен на один год, 180 тыс. руб. В 2017 г. при условии, если деятельность магазина будет удовлетворять по финансовым показателям (Выручка, прибыль) собственников, то на следующий договор аренды будет заключен на долгосрочный период (5 лет). Для оборудования цеха (сборки оборудования) потребуется:

Таблица 3.1 – Оборудование цеха

Наименование	Количество	Цена, тыс.руб	Сумма, тыс.руб
1.Электрическая пила	2	5000	10000
2.Ручная пила	4	500	2000
3.Электрическая дрель	2	1500	3000
4.Электрический шуруповерт	2	3200	6400
5.Отвертки	10	100	1000
6.Нажевка по металлу	2	600	1200
7.Шлифовальная машинка	2	6000	12000
Итого	24	16900	35600

Для оборудования отдела продаж потребуется:

Таблица 3.2 – Оборудование отдела продаж

Наименование	Количество	Цена, тыс.руб	Сумма, тыс.руб
1.Стол	2	2000	4000
Окончание таблицы 3.2			
2.Стулья	4	1000	4000

3.Компьютер	2	25000	50000
4.Телефон	2	1500	3000
5.Канцелярия	1	1800	1800
6.Стеллаж	1	2500	2500
7.Кассовый аппарат	1	12000	12000
8.Прочие	1	3000	3000
Итого	12	48800	80300

Для осуществления деятельности планируется, принять в штат компании 7 человек: 2 сборщика-монтажника, 2 менеджера по продажам и директор магазина, водитель, уборщица. Сотрудники фирмы будут работать посменно, два через два, кроме уборщицы, у нее ежедневный график работы, но не с 10.00 и до 20.00, а с 16.00-20.00. Поиском управляющего будет заниматься инициатор проекта, поиском сотрудников магазина, будет заниматься управляющий. Поиск персонала будет осуществляться путем размещения рекламы на специализированных Интернет-ресурсах.

Организационная структура управления:

Обязанности директора магазина: вопрос закупа товара, соблюдение договора аренды, управление сотрудниками, их мотивирование, увольнение и прием на работу. Составление отчетов о деятельности предприятия и своевременная их отправка в офис г. Абакан. На должность начальника отдела продаж назначается лицо, имеющее высшее экономическое образование по специальностям «Коммерческая деятельность», «Маркетинг», «Логистика» или «Экономика и управление на предприятии» и стаж работы в области маркетинга, в том числе на руководящих должностях, не менее 5 лет.

В обязанности менеджеров по продажам входит: расширение клиентской базы, тактичное общение с покупателями, знание ассортимента, отправление оформленных заказов в офис «АЗТО» города Абакана, заключение договоров с покупателями.

В обязанности сборщиков-монтажников входит: прием оборудования на склад, своевременная и качественная сборка оборудования, загрузка-разгрузка товара в автомобиль, установка и монтаж оборудования на месте.

Уборщица помещений должна поддерживать состояние офиса в чистоте.

Таблица 3.3 – Заработная плата персонала

Список должностей	Количество	Заработная плата	Сумма
1.Директор	1	32000	32000
2.Сборщики-монтажники	2	18000	36000
4.Менеджер по продажам	2	18000	36000
5.Убощица	1	8000	8000
6.Водитель	1	17000	17000
Итого:	7		129000

Проведение рекламной кампании

Для достижения наибольшей эффективности от рекламной кампании в данной ситуации целесообразно использовать наружную рекламу. Один из самых действенных видов рекламы для нашей целевой аудитории – это наружная реклама. Предлагается разместить рекламный щит в центре города. Стоимость аренды наружной рекламы составляет 19тыс.руб. в месяц (228тыс.руб. в год).

Финансовый план

Необходимость финансового плана состоит в том, чтобы дать возможность руководству предприятия видеть, какие финансовые ресурсы, в каких объемах и куда поступают, на какие цели они расходуются, выявить резервы увеличения собственных финансовых ресурсов, осуществлять режим экономии и контроль над целевым использованием средств. Новый отдел продаж «АЗТО» будет осуществлять доставку по городу Кызыл. Для этого еще приобретем автомобиль «Газель» за 113тыс.руб.

Таблица 3.4 - Единовременная финансовая модель расходов для открытия филиала.

Наименование статьи расходов	Сумма, тыс.руб
1.Оборудование филиала	115900
2.Дополнительные возможные расходы	10000
3.Аренда (годовая)	180000
4.Автомобиль «Газель»	113000
5.Проведение рекламной кампании	19000
Итого	454900

Цена продукции в новом отделе продаж будет выше на 20%, так как в эту стоимость будут включены транспортные расходы по доставке продукции со склада абаканского «АЗТО». Доставка будет осуществлять раз в неделю или по мере количества заказов. Затраты ГСМ на доставку товара из Абакана в Кызыл составляют 4800тыс.руб неделю, то есть 19200 в месяц. Так же будет осуществляться доставка по городу Кызылу. Доставка малогабаритного груза будет равна 200руб. по городу, а крупногабаритного – 500руб. по городу.

Доходы от доставки: так как цены на продукцию поднялись, это как раз перекрывает затраты ГСМ на доставку товара из Абакана (19200). Планируемое количество доставок в месяц-60 по городу Кызылу, примерная стоимость доставок в месяц 21.000тыс. Затраты ГСМ в месяц – 6тыс., соответственно, примерная выручка от доставки оборудования по городу Кызылу составляет 15.000руб. (180000тыс.в год).

Так же в ООО «АЗТО» обслуживает кассовые аппараты. При наличии технического обслуживания кассового аппарата все работы по ремонту производятся бесплатно, плата взимается только за запасные части для ККМ, если производилась их замена. Если касса находится на гарантии, то запасные части меняются за счет ЦТО, если поломка произошла не по вине заказчика.

1)Стандарт - тариф, отлично подходящий для новых кассовых аппаратов, таких как Меркурий 180К, Меркурий 130К,Альфа 400К, которым не требуется постоянное техническое обслуживание.

Особенности тарифа:

- оплата за 12 месяцев = 3600 руб.
- все стационарные ремонты КKM в офисах ЦТО

2)Профи - подходящий для новых кассовых аппаратов.

Особенности тарифа:

- оплата за 6 месяцев = 2400 руб.
- все стационарные ремонты КKM в офисах ЦТО

3)Профи+ - тариф для кассовых аппаратов, требующих особого внимания со стороны механика.

Особенности тарифа:

- оплата за 3 месяца = 1800 руб.
- все стационарные ремонты КKM на месте заказчика

Ежемесячная прибыль от обслуживания кассовых аппаратов составляет 9000рублей в месяц (108тыс. в год).

Источниками финансирования являются собственные средства в сумме 218900 тысяч рублей и заемные средства 200000тыс.руб. ООО «АЗТО» воспользуется кредитом Сбербанка России на 18 месяцев, кредитным пакетом «Доверие», где процентная ставка составляет 20%.

Таблица 3.5 – Расчеты по кредиту

Месяц	Остаток по кредиту	Погашение долга	Проценты	Ежемесячный платеж
1	200000,00	9592,28	3397,26	12989,55
2	190407,71	9755,23	3234,32	12989,55

Окончание таблицы 3.5

3	180652,47	9920,93	3068,62	12989,55
4	170731,55	10089,44	2900,10	12989,55
5	160642,09	10260,83	2728,72	12989,55

6	150381,27	10435,13	2554,42	12989,55
7	139946,13	10612,38	2377,17	12989,55
8	129333,75	10792,65	2196,90	12989,55
9	118541,10	10975,97	2013,58	12989,55
10	107565,13	11162,41	1827,13	12989,55
11	96402,71	11352,01	1637,53	12989,55
12	85050,69	11544,84	1444,70	12989,55
13	73505,84	11740,96	1248,59	12989,55
14	61764,88	11940,39	1049,16	12989,55
15	49824,49	12143,22	846,33	12989,55
16	37681,27	12349,48	640,07	12989,55
17	25331,79	12559,25	430,29	12989,55
18	12772,53	12772,53	216,96	12989,55
Всего	200000			233811,84

Из таблицы 3.5 следует, что ежемесячные выплаты будут осуществляться в размере 12989,55руб в течении 18 месяцев. Переплата за пользование кредита составляет 33811,84 тыс.руб. Удорожание покупки 16,9%

Таблица 3.6 – Ежемесячная финансовая модель расходов

Наименование статьи расходов	Ежемесячная сумма, тыс.руб	Ежегодная сумма, тыс.руб
1.Кредит	12989,55	155874,6
2.Вывоз мусора	500	6000
3.Охранное предприятие	4000	48000
4.Электроэнергия	6000	72000
5.Сотовая связь и интернет	4000	48000
Окончание таблицы 3.6		
6.ГСМ	28000	336000
7.Заработная плата	129000	1548000
Итого:	184489,55	2213874,6

В таблице 3.7 рассмотрим предполагаемую выручку отдела продаж «АЗТО» г.Кызыла

Таблица 3.7 - Выручка «АЗТО»

Наименование	Ежемесячная сумма, тыс.руб	Ежегодная выручка, тыс.руб
1.Выручка от доставки оборудования	15000	180000
Выручка от продаж	210000	2520000
Выручка от монтажа	9000	108000
Итого, тыс.руб	234000	2808000

Годовая чистая прибыль отдела продаж «АЗТО» города Кызыл составляет 594126тыс.руб.

Срок окупаемости филиала — это период времени, который потребуется для того, чтобы окупился начальный объем инвестиций. Для этого мы разделим годовые затраты на выручку. Наш новый отдел продаж окупится за 0,9года

Рассчитаем общую годовую предполагаемую выручку от «АЗТО» и отдела продаж города Кызыла.

Таблица 3.8 – Общая годовая выручка

	«АЗТО» г.Абакан	Отдел продаж «АЗТО» г.Кызыл	Итого
Выручка	3100000	2808000	5908000
Себестоимость затрат	2700000	2213874,6	4913874,6
Итого	400000	594126	994125.4

Предприятие добилось увеличения прибыли за счет открытия нового отдела продаж.

Заключение

По результатам проведенной работы можно сделать следующие выводы: В первой части подробно рассмотрены и изучены теоретические основы управления прибылью на предприятии. Приведено простое и понятное определение прибыли. Так же рассмотрены виды, функции, анализ, распределение и пути повышения прибыли.

Прибыль — важнейший показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия, то в увеличении прибыли заинтересованы все участники производства. Однако, экономическая нестабильность, монопольное положение товаропроизводителей искажают формирование прибыли как чистого дохода, приводят к стремлению получения доходов, главным образом, в результате повышения цен.

Чтобы достигнуть максимальной эффективности, требуется внедрить все варианты увеличения прибыли от продаж: повысить цены на продукцию, снизить затраты, увеличить объемы торговли. Выполнение данных пунктов приведет к увеличению прибыли от продаж в несколько раз.

На предприятии были собраны необходимые исходные данные для проведения финансово-хозяйственного анализа предприятия. Далее был проведен сам анализ, в который вошли: характеристика предприятия, анализ капитала, анализ финансового состояния и заключительная финансово-экономическая ситуация и вопросы экологии. Предприятие «АЗТО» потеряла в 2015г свою выручку на 60%. В данном случае, продажи упали из-за сложной экономической ситуации, как стране, так и в нашем регионе. Так же покупательская способность в стране сильно сократилась.

В проектной части были разработаны мероприятия по увеличению прибыли. Было предложено для захвата большей территории и большего объема продаж открыть новый отдел продаж в городе Кызыл. За счет открытия нового отдела продаж значительно возросла выручка. Это обосновано рядом факторов:

- увеличение объема продаж;

- в данной местности «АЗТО» может стать самым крупным предприятием по продаже торгового оборудования, так как «АЗТО» может подавить единственного конкурента за счет большего ассортимента и низкой цены;

- после кризиса 2015 г покупательская способность начала расти;

- выручка от реализации продукции составит 2808000руб, а чистая прибыль 594126руб;

- новый отдел продаж «АЗТО» занимает выгодное местоположение, за счет этого имеет большую проходимость, следовательно, увеличилась клиентская база

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. - М.: издательство «Дело и Сервис», 2014. - 285 с.
2. Бланк И.А. Управление прибылью.- М.; издательство «Ника-Центр», 2009. - 240с.
3. Бринк И. Ю. Бизнес-план предприятия: Теория и практика/И. Ю. Бринк, Н. А. Савельева.2-е- Ростов н/Д. Феникс, 2012.-378с.
4. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет. - М.: Омега - Л, 2014. - 576с.
5. Вихалский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. - М.: Гардарин, 2012. - 456 с.
6. Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятия: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 280 с.
7. Горемыкин В. А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцовбизнес-плана.-3-е изд.-М.: «Ось-89»,2014.-576с.
8. Деева А. Н. Финансы. Учебное пособие - М.: Экзамен, 2008. – 253
9. Ионова А.Ф. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. – М., 2012. – 126с.
10. Ковалева А.М. Финансы. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 470 с.
11. Колчина Н.В. Финансы предприятий. Учебник для вузов - М.: Юнити, 2013. - 620 с.
12. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент. – М.: Дело и сервис, 2014. – 304с.
13. Курочкина А. А., Климова Р. Н., Сорокина М. В. Методические указания по разработке бизнес-плана торгового предприятия, СПб, 2015.- 13с.

14. Литвин М.И. Прогнозирование прибыли на основе факторной модели // Финансовый менеджмент. – 20013. - № 6. – с. 27.
15. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово – экономической деятельности предприятия. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2009. – 471с.
16. Муравьев А.И. «Теория экономического анализа: проблемы и решения». М.: финансы и статистика. 2005 г. - 230 с.
17. Новодворский В.Д. «Бухгалтерская отчетность: составление и анализ» - Мн.:2010 г. - 360 с.
18. Поляк Г.Б. Финансы. Учебник для вузов - М., 2012. - 569 с.
19. Пястолов С.М. Экономический анализ деятельности предприятий, М., 2012. - 547 с.
20. Савельева М.Ю. Экономика организаций (предприятий). – Новосибирск: НГАЭиУ, 2008. – с.119.
21. Савиных А.Н. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятия. – Новосибирск: НГАЭиУ, 2012. – 222с.
22. Савицкая Г.В. «Анализ хозяйственной деятельности предприятия»: 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА - М, 2010 - 425 с.
23. Слагода В.Г., Сибикин М.Ю. Экономическая теория / В.Г. Слагода, М.Ю. Сибикин. – М.: Форум, 2014. – 368 с.
24. Татарова А.В. «Учебно-методическое пособие по курсу «Анализ и диагностика хозяйственной деятельности предприятия». Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2009. - 320 с.
25. Харвей Дж. Современная экономическая теория: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана. – 2012. – 730с.
26. Четыркин Е.М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. - М.: Дело ЛТД, 2008. - 134 с.
27. Шеремет А.Д. «Теория экономического анализа: Учебник». - М.: 2011. - 325 с.

28. Яцюк Н., Халевинская Е. Оценка финансовых результатов деятельности предприятия // Аудит и финансовый анализ, 2009. - №1. – 10 с.
29. www.economicus.ru– Проект «Экономическая школа».
30. www.eur.ru– Экономика и управление на предприятиях.
31. www.ecsocman.hse.ru– Экономика. Социология. Менеджмент.